**电子科技大学成都学院**

**课程考核报告**

**系 别: 计算机系**

**课程名称： 互联网产品设计**

**项目名称： 便利帮APP构思设计**

**修课时间： 2018.09——2018.12**

**专业班级： Android 2 班**

**学 号： 1540610320**

**姓 名： 周晔**

**指导教师： 王源源**

**评阅成绩：**

**2018 年 12 月**

**《互联网产品设计》考核文档**

考核方式：项目考核

考核内容：学习本课程后，独立构思一款互联网APP产品，并完成下面表格填写。

|  |  |
| --- | --- |
| **产品名称** | 便利帮 |
| **产品简介** | 产品名称为“便利帮”，卫生间作为城市规划的基础设施，在人们生活中有着至关重要的地位，如何合理，高效的使用公共资源，是当今社会的一大难题，我们的产品旨在为用户解决公共场合寻找厕所难题，提升用户的如厕体验。收集管理用户健康数据，为用户制定健康计划，推荐健康生活等信息。  养生重要性:  很多年轻人对养生这个话题会嗤之以鼻，我这么年轻，没事养什么生呢。可能大多数人都会这么认为，养生是老人的事情，年轻人最多也就有空的时候锻炼锻炼就行了。但是，年轻人养生才叫养生，等你老了，身体出现问题了，再来谈这个话题，这时候就不叫养生了，叫维修！有了冰箱，人们的生活更加方便，但是自从有了冰箱，人们就开始吃冰冻过的口感更好的水果、冷饮，使自己的肠胃越来越寒。  有了空调，夏天室内的温度能跟冬天的一样冷，可我们在室内穿的却还是夏天的衣服，室内和室外的温差相当的大，人的身体一下子很难适应这么严重的冷热交替，容易生病。  有了电脑，上班面对电脑、下班又面对电脑，对人的视力和脸部肌肤都是一大伤害，人的大脑也一直都在工作状态，没有得到休息。  有个更多的娱乐项目，城市人就开始了夜生活，睡的越来越晚，早上起床也越来越晚，身体阴阳得不到正常的调和。  所以，现代人老龄化越来越严重，亚健康人群不断增多，经常有新闻报道某某过劳死或猝死，其中有很多年轻人。  网络上流行的让人啼笑皆非的年轻人“自杀式”养生，不知道大家知道吗：喝酒伤身，那就在酒里加几颗枸杞。暴饮暴食，那就饭后来点健胃消食片。玩手机会坏眼睛，那就滴点眼药水。抽烟有害健康，抽完之后记得喝一口枇杷润肺膏...  虽然有些是段子，但许多养生方式都能引起我们的共鸣，也应该引起我们的重视。有多少人拿健康来为不自律买单，嘴里却嚷嚷着：“2018请对我好一点。”然而最应该对你好一点的是你自己啊！  健康无小事，小事成健康。不要总是觉得自己还年轻，就可以肆意妄为，你所觉得那些没有必要的事情，那些不重要的事情，其实都是在透支自己的健康。 |
| **满足需求** | 1. 找厕所难，为用户定制如厕计划。 2. 婴儿在外哺乳需求。 3. 作息不规律用户，帮助用户养成规律习惯。 4. 满足用户的好奇心 |
| **主要**  **功能/内容** | 1. 找厕所   可以方便搜索到用户附近的厕所位置，用户可可以查看附件厕所的使用状况，有无位置，甚至每个位置的使用时间都能清除显示，系统依托大数据分析，为用户提供最优策略，为用户导航厕所，使用户可以在最短的时间内找到厕所。   1. 定制化需求分析   随着人民文化和物质水平的提升，对生活质量也在逐年提升，很多用户希望能够在如厕的时候有更多选择，厕所提供的是坐便式或者是蹲便式，厕所环境如何，都能影响用户的使用体验。   1. 找哺乳室。   宝妈出门，哺乳不便。方便宝妈查找就近哺乳室。   1. 健康数据管理。   通过对用户个人身体健康数据，软件使用频率及行为数据分析，统计，掌握用户的健康状态，为用户推荐定制化健康信息  5.用户在工作之余,可以通过便利帮的数据了解到身边的人。 |
| **面向人群** | 1. 上班族。 2. 对周围环境不熟的特定人群（外出旅游等）。 3. 热爱健康养生的人群。 4. 养生年轻化 |
| **面向场景** | 1. 办公楼。 2. 娱乐场所。 3. 休闲场所。 |
| **使用流程** | 1. 打开app主界面，找厕所导航，列表显示当前最近厕所使用情况。用户选择指定厕所，地图导航，室内AR导航。 2. 用户在健康管理模块可以输入个人健康状况（升高，体重，体脂率等），自己每天的作息时间，安排计划，如厕帮可以根据用户的行为习惯结合用户所在地的具体基础设施，健康数据等做大数据分析，为用户喝水时间，休息时间，饮食计划等做定制化的规划和建议。 |
| **主要竞品** | 健康管理类app |
| **产品优势** | 1. 市场尚未开拓。 2. 使用人群广泛。 |
| **商业模式** | 1. 用户数据收集。 2. 可以依托庞大的用户群体，收集用户如厕数据，结合网内用户其他数据，做行为大数据分析，分析用户喜好，生活规律，挖掘潜在用户数据。 3. 广告推送。 4. 可以依托庞大的用户流量，做内容广告推送 ，如健康行业养生信息等等。我们的服务不能赚钱的时候，如果有足够多的眼球，有足够多的用户，你可以相他们推荐一些其他的产品和服务，实际上就是广告，和免费看电视，但电视里有广告的概念一样。 5. 3.流量引导。顾名思义是对外界进行流量的一个输出，比如：hao123首页、网址导航站、百度、360等搜索引擎，这种流量引导也是通过收取一定的费用来变现的。 6. 4.内部消化。本身就能够提供互联网的相关产品或者是服务能够让用户甘心付款，比如：付费游戏、付费会员、付费道具等。 7. 5. 广告联盟。很多做内容或工具类的网站、app或社群的流量变现方式，就是通过自己拥有的渠道去推广告联盟的产品，从中赚取推广佣金的模式。 8. 以上所讲到的只是常见的两种盈利模式，近年还有一些小的互联网以独特的商业模式开始崭露头角，也有自媒体开始尝试新的流量变现方式，在互联网上有流量的地方就有商业价值存在，盈利模式与流量变现是共同存在的。 |